

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Landasan Teoritis

##### 1. Teori *Stimulus-Respons*

Menurut Effendy (2003: 255), teori stimulus-respons merupakan suatu proses pertukaran informasi. Prinsip stimulus-respons mengasumsikan bahwa pesan informasi yang dikeluarkan oleh media, didistribusikan secara sistematis, serta dalam skala yang luas, sehingga pesan tersebut secara serentak dapat diterima oleh sejumlah besar komunikan, kemudian pesan yang diterima akan direspon oleh para komunikan.

Menurut Fisher, terdapat empat ciri-ciri pendekatan psikologi komunikasi, yaitu penerimaan stimuli secara inderawi, proses yang menjembatani stimuli dan respon, prediksi respon, serta peneguhan respon.

Barger dan Lambert mengemukakan bahwa istilah *S-R* merupakan sebutan yang salah karena mengabaikan variasi yang lebih baru, yaitu *O*. Oleh karena itu, penjelasan psikologi yang lengkap dalam kerangka *S-R* memerlukan adanya penambahan keadaan internal dari *Organisme* atau disebut pula komunikan, serta respon pada perilaku konsep yang semula. Maka dari itu, teori *S-O-R* dapat dirumuskan sebagai berikut:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 2.1**  
**Bagan Teori S-O-R**

© Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 2. Komunikasi Persuasif

Pendapat Effendy (2004: 45), definisi dari komunikasi adalah suatu proses dalam menyampaikan suatu pernyataan, dimana pernyataan tersebut disampaikan oleh individu terhadap individu lain. Pada perihal ini proses komunikasi dapat berjalan jika adanya individu atau sekelompok orang yang menyatakan sesuatu kepada individu atau kelompok yang lain. Sedangkan definisi persuasi menurut Brembeck dan Howell (1976: 50) adalah suatu upaya yang dilakukan dengan harapan dapat mengubah pemikiran dan tindakan seseorang dengan melakukan manipulasi motif dari orang tersebut ke arah yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu, definisi lain dari persuasi menurut Ilardo (1981: 53) yaitu persuasi merupakan suatu proses yang bersifat komunikatif secara verbal dan nonverbal, dengan tujuan buat mengganti keyakinan, sifat, atensi, atau sikap seseorang baik secara sadar maupun tidak sadar.

Secara lazim, terdapat dua proses dalam proses persuasi, yaitu proses rasional dan proses emosional:

### 1. Proses Rasional

Proses rasional melihat komponen kognitif dari diri seseorang menjadi sasaran perubahan, dimana aspek-aspek yang dapat dipengaruhi terdiri dari ide dan konsep, dengan tujuan dapat terbentuknya suatu keyakinan dalam diri seseorang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

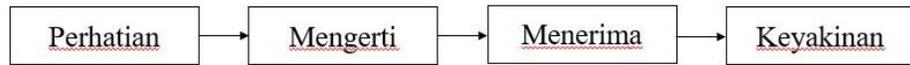
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

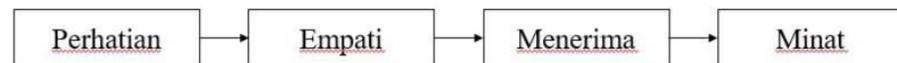


**Gambar 2.2**  
**Skema Proses Rasional**  
Sumber: Mar'at (1982).

Tahapan proses rasional dimulai dari perhatian komunikasi terhadap objek, mengerti, menerima, dan tahapan terakhir yaitu adanya keyakinan. Pada proses rasional, komunikasi menggunakan pola berpikir secara logis, dimana diperlukan penalaran dengan akal sehat, sehingga perlu dilakukan pertimbangan-pertimbangan agar dapat tercapai suatu keyakinan.

## 2. Proses Emosional

Proses emosional mengarah pada aspek di luar nalar akal sehat, yang berarti proses emosional melibatkan suatu keadaan dan situasi yang tidak dapat diprediksi dengan akal sehat manusia.



**Gambar 2.3**  
**Skema Proses Emosional**  
Sumber: Mar'at (1982).

Tahapan proses emosional dimulai dari perhatian komunikasi terhadap objek, munculnya rasa empati, menerima, dan yang terakhir munculnya minat dalam mengambil keputusan.



Selain itu, persuasi juga memiliki karakteristik tersendiri sebagaimana yang

Ⓒ disebutkan oleh Ilardo (1981: 59). Empat karakteristik persuasi yang terkait dengan proses komunikasi tersebut, antara lain:

- a. Persuasi adalah bentuk dari komunikasi

Unsur-unsur antara persuasi dan komunikasi memiliki kesamaan. Unsur dari persuasi terdiri dari *persuader*, *persuadee*, pesan, saluran, dampak (efek), umpan balik, dan faktor lingkungan. Dilihat dari tujuan manusia melakukan komunikasi, maka persuasi merupakan salah satu tujuan dari komunikasi.

- b. Persuasi adalah proses

Dalam melakukan persuasi, tentunya dibutuhkan serangkaian langkah yang harus dihadapi. Proses persuasi merupakan proses pertukaran makna yang bersifat dinamis mengenai suatu peristiwa, objek, ataupun tindakan.

- c. Persuasi menimbulkan perubahan

Tujuan dari persuasi adalah untuk menghasilkan perubahan sikap dari komunikan. Menurut DeVito (2006: 60), semakin tinggi serta pentingnya transformasi yang diharapkan oleh *persuadee*, alhasil semakin berat tugas *persuader* dan semakin panjang pula durasi yang diperlukan oleh *persuader* untuk melakukan komunikasi persuasif.

- d. Persuasi dapat disadari atau tidak disadari

Persuasi yang dilakukan secara sadar, yaitu *persuader* telah mempersiapkan kata-kata dengan tujuan untuk mengubah sikap *persuadee*. Sedangkan contoh persuasi yang dilakukan secara tidak sadar, yaitu propaganda. Dalam hal ini *persuadee*



tidak sadar mengenai adanya prinsip propaganda dalam pesan yang disampaikan oleh *persuader*.

- e. Persuasi bisa dilakukan secara verbal dan nonverbal

Dalam menarik perhatian komunikan, pesan diringkas tidak hanya secara verbal, namun juga secara nonverbal. Aspek nonverbal yang ikut menentukan proses persuasi terdiri dari ekspresi wajah, gerakan tangan, dan sikap tubuh.

Menurut Bettinghaus (1973: 66), definisi dari komunikasi persuasif yaitu sebuah proses distribusi pesan, yang didalamnya harus terdapat upaya dari seseorang yang dilakukan secara sadar, sehingga dapat mengubah perilaku dari seseorang maupun sekumpulan orang. Komunikasi persuasif memerlukan alat-alat utama agar dapat memperkuat suatu ide atau gagasan dari komunikasi persuasif. Menurut DeVito (2006: 67), terdapat tiga alat utama untuk melakukan komunikasi persuasif, antara lain:

- a. Memperkuat argumen dan bukti

Argumen merupakan suatu pembentukan kesimpulan dengan dasar adanya bukti untuk mendukung kesimpulan tersebut. Oleh karena itu, dalam meyakinkan komunikan akan pesan yang disampaikan, diperlukan bukti-bukti *support* yang kuat serta tak memihak.

- b. Daya tarik psikologis

Daya tarik psikologis merupakan motif dalam menyampaikan pesan agar komunikan dapat termotivasi untuk mengubah sikap. Jaringan, kekuasaan, kontrol, persetujuan, dan ekonomi adalah semua bentuk daya tarik psikologis.

- c. Daya tarik kredibilitas



Kredibilitas merupakan suatu mutu atau nilai dari diri komunikator dalam mengemas pesan semenarik mungkin. Daya tarik *persuader* dinilai berbeda oleh masing-masing *persuadee*, tergantung preferensi dari tiap *persuadee*.

Dalam keberhasilan komunikasi persuasif, terdapat tiga fungsi utama dari komunikasi persuasif menurut Simons (1976: 70), antara lain:

a. Fungsi kontrol

Komunikasi persuasif bertujuan untuk menghasilkan perubahan sikap. Dalam hal ini, fungsi kontrol merupakan peranan penting dalam mengendalikan suatu perubahan dalam proses komunikasi persuasif. Fungsi kontrol dianggap tidak berhasil jika komunikasi persuasif tidak dapat menghasilkan suatu perubahan sikap.

b. Fungsi perlindungan konsumen

Fungsi perlindungan konsumen membuat komunikator lebih cermat dalam menyaring pesan persuasif dari berbagai sumber. Terdapat dua cara untuk melakukan fungsi perlindungan konsumen, yaitu:

- 1) Pesan yang diterima oleh komunikator lebih baik diuji terlebih dahulu dengan melihat berbagai pendapat-pendapat lain dari para ahli.
- 2) Melakukan analisis secara kritis dengan menggunakan metode penelitian komunikasi untuk mengetahui kebenaran dari pesan yang disampaikan. Analisis ini sangat bermanfaat untuk pesan yang disampaikan kepada orang banyak.

c. Fungsi Pengetahuan



Proses persuasi membuat banyak hal menjadi sumber informasi. Dalam hal ini, berbagai sumber informasi tersebut dapat menambah pengetahuan bagi komunikasikan.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Kejahatan Siber

Teknologi telekomunikasi juga digunakan dalam kejahatan dunia maya, menjadikannya kejahatan siber. Menurut Indra Safitri (1999: 48), kejahatan siber merupakan suatu tipe tindak pidana yang memanfaatkan suatu teknologi informasi dengan tidak ada batasan, Serta menggunakan teknik rekayasa yang bergantung pada kemampuan pengguna Internet untuk mengirim dan menerima informasi yang aman dan andal. Maka, bisa diringkas kalau kejahatan siber merupakan suatu jenis kejahatan yang menggunakan jaringan internet, dimana kejahatan tersebut dilakukan kepada individu maupun sekelompok individu dengan motif tertentu yang bertujuan untuk menyakiti korban sehingga menyebabkan kerugian kepada korban.

Praktik kejahatan siber dapat dikelompokkan menjadi beberapa bentuk, yakni:

a. *Unauthorized access to computer system and service*

Pengguna yang tidak sah (peretas) memasuki ke *organization computer network* tanpa sepengetahuan atau izin kuasa untuk menghancurkan atau mencuri data sensitif.

b. *Illegal contents*

Tindak pidana yang dilakukan dengan mengunggah suatu perihal yang dianggap tak benar, tidak etis, serta melawan peraturan ke dalam internet.

c. *Data forgery*

Tindak pidana yang dilakukan dengan melakukan pemalsuan data dalam berkas-berkas yang bersifat penting melalui jaringan internet



d. *Cyber espionage*

Tindak pidana yang dilakukan dengan melaksanakan kegiatan mata-mata yang dilakukan dengan cara masuk ke *computer network system* pihak sebagai sasaran.

e. *Cyber sabotage and extortion*

Tindak pidana yang dilaksanakan biasanya dengan menyusupkan suatu virus komputer yang bertujuan untuk membuat gangguan ataupun merusak suatu data, program komputer, ataupun *computer network system*, sehingga tak bisa dipakai ataupun berjalan sesuai dengan yang dikehendaki oleh pelaku.

f. *Offense against intellectual property*

Sebuah *Offense against intellectual property* yaitu bagian dari kekayaan intelektual yang telah diposting di internet oleh orang lain. Salah satu contohnya, seperti melakukan plagiat konten secara illegal.

g. *Infringements of privacy*

Tindak pidana pada privasi individu yang bersifat pribadi serta rahasia yang menyangkut tentang keterangan pribadi yang terdapat pada komputerisasi, dan jika diidentifikasi dapat menyebabkan kerugian. Salah satu contohnya, seperti pembobolan nomor rekening.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

4. TikTok

*TikTok* ialah aplikasi yang terkenal pada remaja saat ini. Aplikasi *TikTok* sendiri merupakan aplikasi yang berasal dari Tiongkok dan dirilis ketika awal September 2016 oleh Zhang Yiming yang merupakan seorang pengusaha dan pendiri perusahaan ByteDance. Menurut Mackenzie dan Nichols (2020: 288-289), aplikasi *TikTok* merupakan salah satu media sosial, dimana memiliki fungsi bagi penggunanya untuk menciptakan berbagai konten kreatif dengan dapat menggunakan berbagai fitur, seperti



fitur penyuntingan dan pembuatan video. Konten-konten yang dapat dibuat dapat berupa konten edukasi, konten tip dan trik, konten tarian, dan masih banyak lagi.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Selain itu, fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi *TikTok* sangat beragam dan menarik. Beberapa fitur *TikTok* yang dapat digunakan oleh pengguna *TikTok* untuk menambah keseruan dalam membuat konten, yakni sebagai berikut:

a. Penambahan musik

Dalam membuat konten video, aplikasi *TikTok* menyediakan fitur untuk menambah musik ke dalam konten video yang dibuat. Musik-musik yang disediakan juga beragam dan selalu *update* akan musik-musik terbaru.

b. *Filter* dan efek

Aplikasi *TikTok* juga menyediakan berbagai macam *filter* untuk *tone* warna video dan juga menyediakan berbagai macam efek, berupa efek visual, efek stiker, efek transisi, dan efek *motion*.

c. *Voice changer*

*Voice changer* merupakan fitur untuk memberikan efek suara yang ada di video. Efek suaranya dapat berupa efek *mic*, *megaphone*, *electro*, dan masih banyak lagi.

d. *Live streaming*

*Live streaming* merupakan fitur yang berfungsi untuk melakukan siaran langsung di *TikTok*, namun hanya dapat digunakan oleh pengguna yang berusia 16 tahun ke atas dan mempunyai minimal 1.000 pengikut.

5. Kesadaran

Menurut *Cambridge International Dictionary of English* (1995, diakses pada 18 Januari 2021), terdapat beberapa definisi mengenai kesadaran. Kesadaran merupakan suatu kondisi dalam keadaan terjaga dan memiliki kemampuan untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengerti akan hal apa yang tengah berlangsung. Kesadaran juga dapat diterjemahkan selaku sejumlah gagasan, emosi, opini, dan yang lainnya, yang terdapat pada seorang individu atau sekelompok individu. Sedangkan, kesadaran pula merupakan suatu pengertian ataupun wawasan yang dimiliki oleh individu mengenai dirinya sendiri serta letak dirinya.

Menurut Benyamin Bloom (1908), perilaku manusia dapat terbagi pada tiga komponen, yakni kognitif, afektif, dan psikomotor. Pada perkembangan teorinya mengalami modifikasi menjadi pengetahuan, sikap, dan tindakan:

a. Pengetahuan

Pengetahuan seseorang terbentuk setelah ia mengamati suatu objek. Penginderaan ini sebagian besar dilakukan oleh mata dan telinga. Pengetahuan adalah hal yang paling penting. Suatu kegiatan harus dimulai dengan dasar-dasar ini agar dapat berlangsung. Perilaku berdasarkan penilaian lebih tahan lama daripada aktivitas tanpa penilaian.

Notoatmodjo (2003) menyatakan pengetahuan memiliki enam tingkatan, antara lain:

1) Tahu

Tahu merupakan suatu proses mengingat materi yang sudah dipelajari sebelumnya. Seseorang yang tahu harus bisa memberi definisi materi yang sudah didapat.

2) Memahami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Memahami ialah keterampilan dalam menjabarkan atau memaparkan mengenai materi yang telah dipelajari sebelumnya, serta dapat menginterpretasikannya dengan tepat.

3) Aplikasi

Kemampuan untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari disebut aplikasi.

4) Analisis

Analisis ialah keterampilan buat melakukan pengamatan dengan mendeskripsikannaa, yang kemudian disusun kembali untuk dipelajari secara lebih rinci.

5) Sintesis

Kemampuan untuk membuat resep baru dengan menggabungkan unsur-unsur dari yang sudah ada disebut sebagai sintesis

6) Evaluasi

Evaluasi adalah proses penentuan apakah suatu karya memenuhi kriteria yang telah ditentukan atau tidak.

b. Sikap

Sikap ialah suatu respon yang dikeluarkan seseorang pada sebuah stimulus yang didapat. Sikap juga yaitu kesiapan seseorang buat melakukan tindakan. Sikap memiliki empat tingkatan, antara lain:

1) Menerima

Menerima merupakan kemampuan seseorang untuk mau dan memperhatikan stimulus yang disampaikan oleh orang lain.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2) Merespon

Merespon merupakan keahlian guna menanggapi atas pertanyaan yang diserahkan, terlepas dari benar atau salahnya jawaban tersebut. Hal ini dinilai kalau orang itu telah menerima gagasan yang disampaikan.

3) Menghargai

Menghargai merupakan kemampuan untuk mengajak orang lain untuk mengerjakan, serta melakukan diskusi atas suatu masalah yang ada.

4) Bertanggung jawab

Seseorang bertanggung jawab pada seluruh hal yang sudah ia pilih dengan menerima seluruh konsekuensi yang ada.

c. Tindakan

Tindakan merupakan sebuah perilaku atau aksi yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai tujuannya. Tindakan memiliki empat tingkatan, antara lain:

1) Persepsi

Persepsi merupakan pemberian makna berdasarkan pengalaman-pengalaman yang telah ada sebelumnya, berkaitan dengan perbuatan yang bakal diputuskan.

2) Respon Terpimpin

Respon terpimpin merupakan kemampuan untuk melaksanakan sebuah sesuai dengan urutan dan contoh yang tepat.

3) Mekanisme

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Mekanisme ini diaktifkan ketika seseorang mengotomatisasi atau mengembangkan kebiasaan melakukan sesuatu.

4) Adopsi

Adopsi merupakan sebuah perbuatan yang telah berkembang dengan baik ataupun telah dimodifikasi.

6. Kesehatan Mental

Definisi kesehatan mental menurut Daradjat (1988: 10), adalah suatu keharmonisan yang ada dalam kehidupan individu, dan dapat diwujudkan antara fungsi-fungsi jiwa, mampu menghadapi berbagai masalah, dan dapat merasakan kebahagiaan dan kemampuan yang ada pada diri individu secara positif. Selain itu, definisi lain dari kesehatan mental menurut Hasneli (2014: 11), adalah keserasian yang tercipta secara serius antara fungsi-fungsi jiwa, dan juga manusia menyesuaikan diri dengan pribadi maupun lingkungan, yang didasarkan pada keimanan dengan tujuan untuk memperoleh hidup penuh makna, serta memperoleh kebahagiaan. Menurut *World Health Organization (WHO)*, *mental health* ialah suatu kondisi yang mana seseorang memperoleh kesejahteraan dengan menyadari potensi yang dimiliki, mampu mengatasi tekanan hidup, mampu melakukan pekerjaan secara produktif, serta mampu ikut berkontribusi dengan komunitas individu tersebut.

Kesehatan mental mempunyai karakteristik yang dapat terlihat dari ciri-ciri mental yang sehat. *World Health Organization (WHO)* menyatakan ada delapan karakteristik mental yang sehat, antara lain:

- a. Memiliki kemampuan untuk belajar dari suatu pengalaman.
- b. Memiliki kemampuan untuk beradaptasi.
- c. Lebih merasa senang ketika memberi dibandingkan dengan menerima.



- d. Lebih banyak membantu dibandingkan dibantu.
- e. Mempunyai rasa kasih sayang.
- f. Mendapat rasa senang dari hasil usaha yang telah dilakukan.
- g. Mampu menerima kekecewaan dari suatu kegagalan dan dapat menjadikannya sebagai suatu pengalaman.
- h. Mampu untuk selalu berpikir secara positif.

Selain itu, kesehatan mental juga mempunyai beberapa fungsi yang bertujuan agar kondisi mental tetap sehat dan dapat terhindar dari sakit mental. Untuk itu, agar terciptanya mental yang sehat, fungsi kesehatan mental terbagi menjadi tiga, antara lain:

a. Fungsi Pencegahan

Dalam mencegah gangguan mental, pada fungsi ini terdapat prinsip-prinsip sebagai upaya untuk memperoleh mental yang sehat. Cara-cara yang dapat dilakukan, seperti dengan menjaga kesehatan fisik, memenuhi kebutuhan psikologis dengan mendapatkan rasa kasih sayang, rasa dicintai, rasa aman, penghargaan diri, dan masih banyak lagi.

b. Fungsi Perbaikan

Fungsi perbaikan ini berupa upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk perbaikan diri dalam meningkatkan kemampuan untuk menyesuaikan diri, dengan tujuan agar perilaku dan mekanisme pertahanan diri individu dapat terkontrol dengan sangat baik. Individu yang sulit dengan perkembangan psikisnya dianggap penting untuk menggunakan fungsi perbaikan.

c. Fungsi Pengembangan

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Fungsi pengembangan berupaya dalam melakukan pengembangan kepribadian untuk memperoleh mental yang sehat. Oleh karena itu, fungsi ini diharapkan dapat melakukan minimalisir kesulitan-kesulitan yang dialami individu dalam pengembangan psikisnya.

Kesehatan mental yang sulit untuk diperoleh, dapat memunculkan mental yang sakit. Schneiders (1964: 24) menyatakan ciri-ciri individu yang kondisi mentalnya tidak sehat, yakni sebagai berikut:

- a. Tidak merasakan kebahagiaan di dalam kehidupan dan hubungan sosialnya.
- b. Merasakan kekhawatiran dan rasa takut karena merasa tidak aman.
- c. Ragu akan kemampuan diri yang dimiliki.
- d. Emosional yang belum matang dan tidak stabil.
- e. Kepribadian yang kurang baik.
- f. Sistem syaraf mengalami gangguan.
- g. Tidak paham akan kondisi diri sendiri.

Untuk hal yang lebih lanjut, gangguan mental atau sakit mental dapat ditandai dengan beberapa hal, sebagai berikut:

- a. Mengalami kecemasan dalam kehidupan.
- b. Lebih sensitif karena mudah tersinggung dan marah.
- c. Bersifat agresif.
- d. Marah secara berlebihan.
- e. Tidak mampu menghadapi kenyataan hidup.
- f. Munculnya sakit fisik, dimana diakibatkan oleh gangguan psikis yang dialami.
- g. Tidak beriman lagi kepada Tuhan.



## B. Penelitian Terdahulu

### 1. Hasil Penelitian Desy Natalia dan Bertha Reni Pudji Mawarti (2017)



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Penelitian tersebut berjudul “Pengaruh Komunikasi Persuasif Sales Kartu Kredit Terhadap Keputusan Menggunakan Kartu Kredit Bank BCA”, konsumen di pusat perbelanjaan waspada terhadap tawaran informasi produk dari perwakilan penjualan kartu kredit. Komunikasi persuasif terkait kartu kredit BCA menjadi fokus penelitian ini untuk melihat seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan kartu kredit. Teori Komunikasi Retorika Persuasif dan Teori Keputusan adalah teori yang dipakai. Analisis regresi linier digunakan pada riset ini. Penelitian ini memiliki ukuran sampel 100 peserta. Bukti dari riset ini menyatakan kalau pemakaian kartu kredit BCA dipengaruhi secara positif oleh komunikasi persuasif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 2. Hasil Penelitian Asyffa Nauma Dilla dan Diah Ayu Candraningrum (2019)

Penelitian tersebut berjudul “Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks oleh Komunitas Mafindo Jakarta”. Salah satu tujuan Mafindo (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) adalah mengedukasi masyarakat melalui kampanye literasi dan penyadaran penduduk tentang hoaks. Guna memerangi penyebaran hoaks di media sosial, Mafindo diciptakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana acara pelatihan literasi digital komunitas anti prank “Tanpa Hoaks, Kita Rukun Berdemokrasi” yang diadakan oleh komunitas Mafindo menggunakan komunikasi persuasif untuk menyebarkan pesannya.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam penelitian ini, penelitian kualitatif deskriptif dan pendekatan penelitian

studi kasus digunakan untuk mengumpulkan data. Wawancara, observasi, tinjauan

literatur yang relevan, dan perekaman data adalah beberapa metode yang digunakan.

Teori gerakan, teori komunikasi persuasif, dan teori tahap perubahan digunakan dalam

riset ini. Kajian ini menemukan kalau “Kampanye Gerakan Anti Hoaks” komunitas

Maffindo telah mengemas konsep pembelajaran serta penyuluhan pada dua bentuk:

daring lewat sosmed serta luring lewat *digital literacy training*. Dengan terpenuhinya

elemen klaim dan jaminan data serta teknologi terkait yang digunakan untuk

menawarkan pesan menarik untuk menarik perhatian publik, persuasi tercapai.

3. Hasil Penelitian Emmanuel Vinnesea Tulandi, dkk (2021)

Penelitian tersebut berjudul “Strategi Komunikasi Akun Instagram

UbahStigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan

Mental”. menggunakan media sosial sebagai sarana pendidikan menjadi semakin

umum. UbahStigma, akun kesehatan mental Instagram, menggunakan media sosial

untuk mendidik orang lain. Ubah Stigma bertujuan untuk mengedukasi masyarakat

tentang pentingnya kesehatan mental dengan menggunakan Instagram untuk

memberikan konten edukasi tentang masalah kesehatan mental. UbahStigma

merupakan tujuan komunikasi yang harus dipenuhi untuk mencapai keberhasilan

dalam pengembangan teknik komunikasi yang efektif. Dalam penelitian ini diharapkan

dapat mempelajari bagaimana akun Instagram UbahStigma membangun *citizen's*

*awareness* akan masalah *mental health* serta faktor apa saja yang membantu atau

menghalangi upaya peneliti.

Riset ini memakai teknik riset kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data

pada riset ini ialah tanya jawab secara intens dengan “*Head of Communication and*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*Marketing Manager*” UbahStigma. Teknologi komunikasi dapat digunakan

UbahStigma guna meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kesehatan mental, mengatur materi, menentukan pendekatan, dan memilih media yang digunakan, berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti. Stigma berubah. Komunitas, pengikut Instagram UbahStigma, praktisi kesehatan mental, psikolog, dan influencer semuanya memberikan dukungan mereka untuk tujuan komunikasi UbahStigma. Masalahnya adalah materi UbahStigma disalahpahami, dan orang-orang tidak dapat membuat informasi penting dan terperinci tentang topik yang dibahas tersedia bagi mereka.

4. Hasil Penelitian Rahmawati Syam, dkk (2021)

Penelitian tersebut berjudul Program Kesehatan Mental “*Taking Care of Your Mental Health and Those Around You*” Berbasis *Online* sebagai Upaya Peningkatan Pemahaman Kesehatan Mental Masyarakat. Kesehatan mental seseorang adalah faktor yang paling signifikan dalam mencapai kesehatan total. Masalah kesehatan mental yang sering sesuatu yang tabu untuk banyak orang, terutama mereka yang percaya bahwa penyakit mental adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan hal-hal supranatural atau paranormal. Kami telah melihat ini sebagai salah satu efek reaksi dari persepsi keliru masyarakat tentang *mental health*.

Salah satu cara untuk membangun pemahaman kesehatan mental terhadap masyarakat umum adalah melalui penyebaran Program Webinar Kesehatan Mental. Tujuan dari program webinar ini adalah untuk mengedukasi masyarakat tentang kesehatan mental dan *selflove* serta bagaimana menjaganya agar tetap bijaksana. Ceramah, diskusi, dan partisipasi audiens adalah semua elemen dari webinar ini. Riset ini dilakukan dengan empat langkah ialah: 1) *planning stage*, 2) *preparation stage*, 3)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



implementation stage, and 4) evaluation. Sebelum dan selama penerapan program webinar, terjadi peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang kesehatan mental.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian-penelitian Terdahulu**

No	Judul & Peneliti	Metode & Teori	Hasil Penelitian
1	“Pengaruh Komunikasi Persuasif Sales Kartu Kredit Terhadap Keputusan Menggunakan Kartu Kredit Bank BCA, 2017, Desy Natalia dan Bertha Reni Pudji Mawarti”.	Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan menggunakan teori komunikasi persuasif-retorika dan teori pengambilan keputusan.	Hasil dari Riset tersebut menunjukkan bahwa komunikasi persuasif memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan memakai kartu kredit Bank BCA.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 2.1 (Lanjutan)**  
**Penelitian-penelitian Terdahulu**

No	Judul & Peneliti	Metode & Teori	Hasil Penelitian
2	“Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks oleh Komunitas Mafindo Jakarta, 2019, Asyffa Nauma Dilla dan Diah Ayu Candraningrum”.	Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan studi kasus dan menggunakan Teori Kampanye, Teori Komunikasi Persuasif, serta Teori Tahapan Perubahan.	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kampanye Gerakan Anti Hoaks yang dilakukan Komunitas Mafindo memiliki konsep edukasi dan sosialisasi yang disajikan pada dua bentuk yaitu daring lewat sosmed dan luring lewat pelatihan literasi digital. Teknik Asosiatif digunakan untuk menyajikan pesan secara menarik untuk menarik perhatian publik, yang memenuhi unsur Claim Warrant & Data dan Teknik Persuasi.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 2.1 (Lanjutan)**  
**Penelitian-penelitian Terdahulu**

No	Judul & Peneliti	Metode & Teori	Hasil Penelitian
3	“Strategi Komunikasi Akun Instagram UbahStigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental, 2021, Emmanuel Vinnesea Tulandi, dkk”.	Teknik penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dengan <i>Head of Communication and Marketing Manager</i> UbahStigma. Teori yang digunakan adalah teori strategi komunikasi, media baru, <i>Instagram</i> , dan teori harapan.	Hasil penelitian yang diperoleh yaitu dalam strategi komunikasi UbahStigma adalah dengan mengetahui audiens, menyusun pesan, metode <i>setting</i> , dan memilih media yang digunakan. Faktor pendukung UbahStigma ialah <i>support</i> dari sesama komunitas, pengikut akun <i>Instagram</i> UbahStigma, praktisi kesehatan jiwa, psikolog, dan <i>influencer</i> . Pemahaman yang keliru pada pesan yang disampaikan oleh UbahStigma yang menjadi faktor pengambatnya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 2.1 (Lanjutan)  
Penelitian-penelitian Terdahulu**

No	Judul & Peneliti	Metode & Teori	Hasil Penelitian
4	Program Kesehatan Mental “ <i>Taking Care of Your Mental Health and Those Around You</i> ” Berbasis Online sebagai Upaya Peningkatan Pemahaman Kesehatan Mental Masyarakat, 2021, Rahmawati Syam, dkk.	Teknik pelaksanaan menggunakan metode ceramah, diskusi dan tanya jawab dengan tahap perencanaan, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.	Hasil pelaksanaan program webinar diperoleh bahwa pemahaman dan pengetahuan peserta tentang kesehatan mental mengalami peningkatan, perihal ini nampak dari sebelum dan setelah program webinar dilakukan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

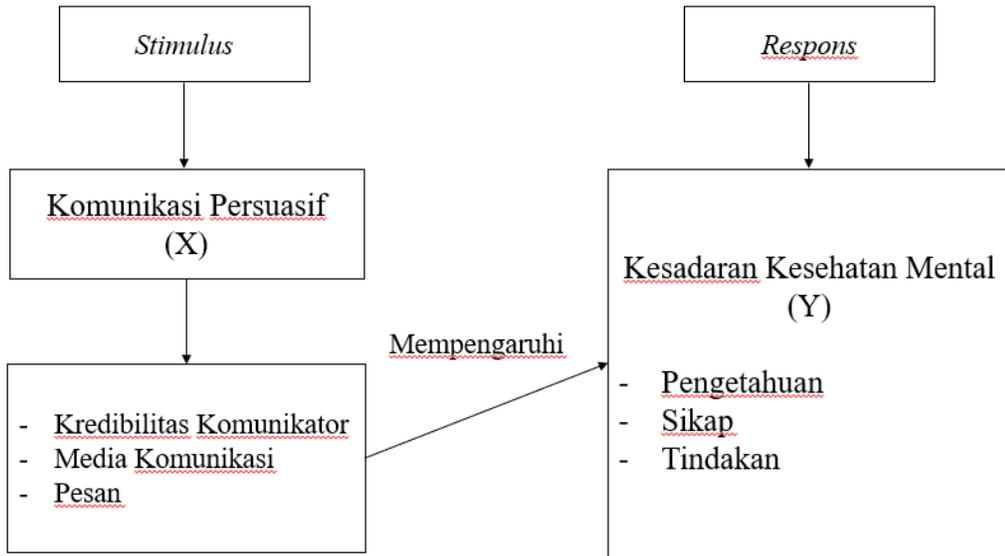
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah model yang konseptual, dimana terdapat teori-teori yang saling berhubungan satu sama lain dan telah diidentifikasi sebagai suatu masalah. Masalah-masalah dari penelitian ini dijabarkan dengan variabel X menjadi variabel bebas serta variabel Y menjadi variabel terikat. Berlandaskan riset ini, maka peneliti menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 2.4**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**  
Sumber: Olahan Peneliti.

Fungsi utama dari komunikasi persuasif adalah untuk menciptakan perubahan sikap komunikasi, setelah komunikator berhasil menyampaikan pesan persuasifnya. Hal ini tentunya terdapat beberapa faktor yang membuat komunikasi terpengaruh dalam melakukan perubahan sikap. Faktor-faktor tersebut berupa faktor internal pesan dan faktor eksternal pesan.

Dalam penelitian ini, komunikasi persuasif ditetapkan oleh peneliti sebagai variabel X, yang memiliki dimensi kredibilitas komunikator, media komunikasi (*TikTok*), dan pesan. Sedangkan kesadaran kesehatan mental ditetapkan sebagai variabel Y.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban dugaan sementara atas suatu masalah dalam penelitian. Oleh karena itu, berdasarkan penelitian ini, hipotesis menurut peneliti yakni sebagai berikut:

1. Ha: Kredibilitas komunikator gerakan anti kejahatan siber #WIIWY di *TikTok* berpengaruh positif terhadap kesadaran kesehatan mental mahasiswa Universitas Tarumanegara.

Ho: Kredibilitas komunikator gerakan anti kejahatan siber #WIIWY di *TikTok* tidak berpengaruh positif terhadap kesadaran kesehatan mental mahasiswa Universitas Tarumanegara.

2. Ha: Media komunikasi (*TikTok*) gerakan anti kejahatan siber #WIIWY di *TikTok* berpengaruh positif terhadap kesadaran kesehatan mental mahasiswa Universitas Tarumanegara.

Ho: Media komunikasi gerakan anti kejahatan siber #WIIWY di *TikTok* tidak berpengaruh positif terhadap kesadaran kesehatan mental mahasiswa Universitas Tarumanegara.

1. Ha: Pesan gerakan anti kejahatan siber #WIIWY di *TikTok* berpengaruh positif terhadap kesadaran kesehatan mental mahasiswa Universitas Tarumanegara.

Ho: Pesan gerakan anti kejahatan siber #WIIWY di *TikTok* tidak berpengaruh positif terhadap kesadaran kesehatan mental mahasiswa Universitas Tarumanegara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.